

GAYA HIDUP *PLEASURE SEEKERS* DALAM IKLAN WALLS MAGNUM GOLD

**Oleh :
Elvira Sarah Damayanti
362008031**

SKRIPSI

Diajukan Kepada
Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi
Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA

SALATIGA

2014



PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Elvira Sarah Damayanti
NIM : 36 2008 031 Email : Elvira.sarah.damayanti@gmail.com
Fakultas : FISKOM Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul tugas akhir : Gaya hidup pleasure seekers dalam iklan walls magnum bold

Pembimbing : 1. Dewi Kartika Sari, S.Sos., M.I. Kom.
2. Ir. Royke Sihainenia, M.Si.

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan baik di Universitas Kristen Satya Wacana maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini bukan saduran/terjemahan melainkan merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan narasumber penelitian.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya saya ini, serta sanksi lain yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Kristen Satya Wacana.

Salatiga, 4 Juni 2014

Tanda tangan & nama terang mahasiswa



PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Elvira Sarah Damayanti
NIM : 36 2008031 Email : Elvira.sarah.damayanti@gmail.com
Fakultas : FISKOM Program Studi : ILMU KOMUNIKASI
Judul tugas akhir : Gaya hidup pleasure seekers dalam iklan Wall's Magnum Gold

Dengan ini saya menyerahkan hak *non-eksklusif** kepada Perpustakaan Universitas – Universitas Kristen Satya Wacana untuk menyimpan, mengatur akses serta melakukan pengelolaan terhadap karya saya ini dengan mengacu pada ketentuan akses tugas akhir elektronik sebagai berikut (beri tanda pada kotak yang sesuai):

- ☒ a. Saya mengizinkan karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Repositori Perpustakaan Universitas, dan/atau portal GARUDA
- ☐ b. Saya tidak mengizinkan karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Repositori Perpustakaan Universitas, dan/atau portal GARUDA**

* Hak yang tidak terbatasnya bagi satu pihak saja. Pengajar, peneliti, dan mahasiswa yang menyerahkan hak non-eksklusif kepada Repositori Perpustakaan Universitas saat mengumpulkan hasil karya mereka masih memiliki hak copyright atas karya tersebut.
** Hanya akan menampilkan halaman judul dan abstrak. Pilihan ini harus dilampiri dengan penjelasan/ alasan tertulis dari pembimbing TA dan diketahui oleh pimpinan fakultas (dekan/kaprodi).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Salatiga, 4 Juni 2014

1956

Elvira Sarah

Tanda tangan & nama terang mahasiswa

Mengetahui,

DEWI KARTIKA SARI

Tanda tangan & nama terang pembimbing I

Tanda tangan & nama terang pembimbing II

LEMBAR PENGESAHAN

Judul skripsi : **GAYA HIDUP *PLEASURE SEEKERS* DALAM
IKLAN WALLS MAGNUM GOLD**
Nama mahasiswa : **ELVIRA SARAH DAMAYANTI**
NIM : **362008031**
Program studi : **KOMUNIKASI**

Disetujui Oleh,

Pembimbing 1,

Dewi Kartika Sari, S.Sos., M.I.Kom.

Pembimbing 2,

Ir. Royke Siahainenia, M.Si.

Diketahui oleh,

Kaprodi,

Dewi Kartika Sari, S.Sos., M.I.Kom.

Disahkan oleh,

Dekan,

Drs. Daru Purnomo, M.Si.

Disetujui tanggal: 6 Mei 2014

1956

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi

Universitas Kristen Satya Wacana

Salatiga

2014

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Elvira Sarah Damayanti

NIM : 362008031

Program Studi : Komunikasi

Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen

Satya Wacana

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tugas akhir, judul:

GAYA HIDUP *PLEASURE SEEKERS* DALAM IKLAN WALLS MAGNUM
GOLD

Yang dibimbing oleh:

1. Dewi Kartika Sari, S.Sos., M.I.Kom.

2. Ir. Royke Siahainenja, M.Si.

Adalah benar – benar hasil karya saya.

Di dalam laporan tugas akhir ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan atau gagasan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau gambar serta simbol yang saya aku seolah-olah sebagai karya saya sendiri tanpa memberikan pengakuan pada penulis atau sumber aslinya.

Salatiga, 6 Mei 2014

Yang memberi pernyataan,



Elvira Sarah Damayanti

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Satya Wacana (UKSW), saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Elvira Sarah Damayanti

NIM : 362008031

Program Studi : Komunikasi

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UKSW hak **bebas royalty non eksklusif** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

GAYA HIDUP *PLEASURE SEEKERS* DALAM IKLAN WALLS MAGNUM
GOLD

Beserta perangkat yang ada (jika perlu)

Dengan hak bebas royalty non eksklusif ini, UKSW berhak menyimpan, mengalihmedia/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data, merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Salatiga

Pada tanggal : 6 Mei 2014

Yang menyatakan,

Elvira Sarah Damayanti

Mengetahui,

Pembimbing Utama,

Dewi Kartika Sari, S.Sos., M.I.Kom.

Pembimbing Pendamping,

Ir. Royke Siahainenia, M.Si.

ABSTRAK

Menarik untuk diperhatikan, fenomena yang terjadi saat ini, Iklan merepresentasikan gaya hidup dengan menanamkan secara halus (subtle) arti pentingnya citra diri untuk tampil di muka publik. Lalu gambaran gaya hidup *Pleasure seekers* yang seperti apa yang direpresentasikan iklan Walls Magnum Gold, merupakan pertanyaan yang akan dijawab melalui penelitian ini. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan representasi gaya hidup *pleasure seekers* dalam elemen iklan Walls Magnum Gold. Penelitian ini menggunakan teori Proses Representasi Stuart Hall dalam pendekatan Konstruksionis. Metode penelitian menggunakan paradigma postkolonialisme dengan pendekatan penelitian kualitatif dan jenis penelitian deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa representasi *pleasure seekers* memiliki dua sisi. Aspek yang ditonjolkan serta aspek yang dimarginalisasi. Dengan kedua sisi tersebut, Iklan Walls Magnum Gold mampu membentuk gaya hidup modern yang membentuk suatu komunitas yang mengikat pengikutnya ke arah gaya hidup hedonis dan bergaya hidup kelas atas guna memuaskan pihak dominan yang berkuasa dalam mengembangkan perusahaannya disinilah kekuasaan ideologi berperan dalam iklan.

Kata kunci:

Representasi, Gaya hidup, *pleasure seekers*, iklan

ABSTRACT

Interesting to note, the phenomenon that occurs at this time, Ad represents lifestyle by infusing subtle (subtle) sense of the importance of self-image to appear in public. Then picture lifestyle Pleasure seekers who like what the ad represented Walls Magnum Gold, is a question that will be answered through this research. This study aims to explain the representation of lifestyle pleasure seekers in the advertising element Walls Magnum Gold. This study uses the theory of process Reperentasi Stuart Hall in Konstuksionis approach. The research method using the paradigm of postcolonialism with qualitative research approaches and descriptive research. The results showed that the representation of pleasure seekers has two sides. Aspects are highlighted as well as aspects of marginalization. With both these sides, Advertising Walls Magnum Gold is able to form a modern lifestyle that make up a community that binds followers toward hedonistic lifestyle and upscale lifestyle in order to satisfy the dominant ruling party in power here that his company developed the role of ideology in advertising.

Keywords:

Representation, lifestyle, pleasure seekers, Ads.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, karena berkat dan anugerah NYA lah penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **GAYA HIDUP *PLEASURE SEEKERS* DALAM IKLAN WALLS MAGNUM GOLD**. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi.

Skripsi ini tidak akan berhasil terselesaikan tanpa bantuan dan dukungan dari banyak pihak. Dukungan doa serta motivasi yang terus terucap mengiringi setiap langkah penulis hingga skripsi ini selesai. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang telah membimbing dan memberi kekuatan pada penulis selama proses penyelesaian skripsi ini.
2. Mba Dewi Kartika Sari dan Om Royke Siahainenia selaku pembimbing yang sudah membimbing dari awal sampai akhir skripsi ini. Terimakasih atas ilmu, solusi, motivasi, dan waktu nya yang diberikan kepada penulis.
3. Bapak Drs. Daru Purnomo, M.Si. selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi dan penguji skripsi ini, Terimakasih ya pak atas saran nya.
4. Dosen FISKOM yang telah memberikan ilmu saat masih berkuliah.
5. Papi dan mami yang sudah memberikan doa, motivasi, dan juga materi.
6. Kekasih yang tersayang, Daniel Wibowo “nonong”, terimakasih banyak atas segala perhatian, motivasi yang telah diberikan kepada penulis.
7. Ko Lianto Budi Santoso, Lay Shia Cing, Mariska Yosandra, Nanda Permatasari, Euodia Icha Santanika, Melisa puspitasaki, Carolina Dede, Theresia Yunita, Hannie Kuswanto, Yosi, serta teman

penulis yang belum sempat penulis tulis. Terimakasih atas semangat yang kalian berikan selama penggarapan skripsi.

8. Pak Budi yang memberikan informasi fakultas yang *up to date*.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Konsep yang digunakan	5
 BAB II KAJIAN TEORI	 6
2.1 KOMUNIKASI	6
2.2 PERIKLANAN	7
2.3 REPRESENTASI	14
2.4 GAYA HIDUP	19
2.5 <i>PLEASURE SEEKERS</i>	21
2.6 PENELITIAN TERDAHULU	23
2.7 KERANGKA PIKIR	27
 BAB III METODE PENELITIAN	 30
3.1 Paradigma Penelitian.....	30
3.2 Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	30
3.3 Objek Penelitian.....	31
3.4 Unit Analisis dan Unit Amatan	31
3.5 Metode Pengumpulan Data	32
3.6 Teknik Pengumpulan Data	32
3.7 Teknik Analisis Data.....	33
3.8 Teknik Keabsahan Data	34
3.9 Kelemahan Penelitian.....	35
 BAB IV GAMBARAN UMUM IKLAN WALLS MAGNUM GOLD	 36
4.1. Profil PT Unilever Indonesia, Tbk	36

4.2 Profil Lowe Indonesia	36
4.3 Produk	37
4.4 Media iklan yang digunakan	38
4.5 Script Iklan Walls Magnum Gold	39
4.6 Pengenalan Tokoh.....	46

BAB V REPRESENTASI GAYA HIDUP PLEASURE SEEKERS 53

5.1 Representasi <i>Pleasure seekers</i> dalam Iklan Magnum Gold.....	53
5.2 Gaya Hidup <i>pleasure seekers</i> yang ditampilkan dalam iklan Magnum Gold.....	83
5.3 Pembahasan.....	87

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan	101
6.2 Saran.....	103

DAFTAR PUSTAKA 105

LAMPIRAN.....	110
---------------	-----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.7 Model Kerangka Pemikiran	27
---	----



DAFTAR TABEL

Tabel 2.5 <i>The Networking Pleasure Seeker</i>	22
Tabel 4.6 Peran Benicio Del Toro dalam <i>Box Office</i>	47

